

U.S. Department of Justice

Washington, DC 20530

**Exhibit A to Registration Statement**

**Pursuant to the Foreign Agents Registration Act of  
1938, as amended**

INSTRUCTIONS. Furnish this exhibit for EACH foreign principal listed in an initial statement and for EACH additional foreign principal acquired subsequently. The filing of this document requires the payment of a filing fee as set forth in Rule (d)(1), 28 C.F.R. § 5.5(d)(1). Compliance is accomplished by filing an electronic Exhibit A form at <http://www.fara.gov>.

Privacy Act Statement. The filing of this document is required by the Foreign Agents Registration Act of 1938, as amended, 22 U.S.C. § 611 *et seq.*, for the purposes of registration under the Act and public disclosure. Provision of the information requested is mandatory, and failure to provide this information is subject to the penalty and enforcement provisions established in Section 8 of the Act. Every registration statement, short form registration statement, supplemental statement, exhibit, amendment, copy of informational materials or other document or information filed with the Attorney General under this Act is a public record open to public examination, inspection and copying during the posted business hours of the Registration Unit in Washington, DC. Statements are also available online at the Registration Unit's webpage: <http://www.fara.gov>. One copy of every such document, other than informational materials, is automatically provided to the Secretary of State pursuant to Section 6(b) of the Act, and copies of any and all documents are routinely made available to other agencies, departments and Congress pursuant to Section 6(c) of the Act. The Attorney General also transmits a semi-annual report to Congress on the administration of the Act which lists the names of all agents registered under the Act and the foreign principals they represent. This report is available to the public in print and online at: <http://www.fara.gov>.

Public Reporting Burden. Public reporting burden for this collection of information is estimated to average .49 hours per response, including the time for reviewing instructions, searching existing data sources, gathering and maintaining the data needed, and completing and reviewing the collection of information. Send comments regarding this burden estimate or any other aspect of this collection of information, including suggestions for reducing this burden to Chief, Registration Unit, Counterespionage Section, National Security Division, U.S. Department of Justice, Washington, DC 20530; and to the Office of Information and Regulatory Affairs, Office of Management and Budget, Washington, DC 20503.

1. Name and Address of Registrant  HL Group Partners LLC 853 Broadway, 18th Floor, New York, NY 10003		2. Registration No.  6178
3. Name of Foreign Principal  National Moroccan Tourism Office	4. Principal Address of Foreign Principal  Office National Marocain Du Tourisme Angle Rue Oued Al Makhazine et Rue Zalaqa B.P. 19 Agdal, Rabat, MA	
5. Indicate whether your foreign principal is one of the following: <input checked="" type="checkbox"/> Foreign government <input type="checkbox"/> Foreign political party <input type="checkbox"/> Foreign or domestic organization: If either, check one of the following: <div style="display: flex; justify-content: space-between;"><div><input type="checkbox"/> Partnership <input type="checkbox"/> Corporation <input type="checkbox"/> Association</div><div><input type="checkbox"/> Committee <input type="checkbox"/> Voluntary group <input type="checkbox"/> Other (specify) _____</div></div> <input type="checkbox"/> Individual-State nationality _____		
6. If the foreign principal is a foreign government, state: a) Branch or agency represented by the registrant  National Moroccan Tourism Office  b) Name and title of official with whom registrant deals  Chakib Ghadouani, Marketing Manager		
7. If the foreign principal is a foreign political party, state: a) Principal address     b) Name and title of official with whom registrant deals    c) Principal aim		

Formerly CRM-157

FORM NSD-3  
Revised 03/11

---

8. If the foreign principal is not a foreign government or a foreign political party:

a) State the nature of the business or activity of this foreign principal.

b) Is this foreign principal:

Supervised by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal

Yes ☐ No ☐

Owned by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal

Yes ☐ No ☐

Directed by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal

Yes ☐ No ☐

Controlled by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal

Yes ☐ No ☐

Financed by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal

Yes ☐ No ☐

Subsidized in part by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal

Yes ☐ No ☐

---

9. Explain fully all items answered "Yes" in Item 8(b). *(If additional space is needed, a full insert page must be used.)*

---

10. If the foreign principal is an organization and is not owned or controlled by a foreign government, foreign political party or other foreign principal, state who owns and controls it.

---

**EXECUTION**

In accordance with 28 U.S.C. § 1746, the undersigned swears or affirms under penalty of perjury that he/she has read the information set forth in this Exhibit A to the registration statement and that he/she is familiar with the contents thereof and that such contents are in their entirety true and accurate to the best of his/her knowledge and belief.

---

Date of Exhibit A	Name and Title	Signature	
August 07, 2013	James Berman, CFO	/s/ James Berman	eSigned

---

U.S. Department of Justice

Washington, DC 20530

**Exhibit B to Registration Statement****Pursuant to the Foreign Agents Registration Act of 1938, as amended**

INSTRUCTIONS. A registrant must furnish as an Exhibit B copies of each written agreement and the terms and conditions of each oral agreement with his foreign principal, including all modifications of such agreements, or, where no contract exists, a full statement of all the circumstances by reason of which the registrant is acting as an agent of a foreign principal. Compliance is accomplished by filing an electronic Exhibit B form at <http://www.fara.gov>.

Privacy Act Statement. The filing of this document is required for the Foreign Agents Registration Act of 1938, as amended, 22 U.S.C. § 611 *et seq.*, for the purposes of registration under the Act and public disclosure. Provision of the information requested is mandatory, and failure to provide the information is subject to the penalty and enforcement provisions established in Section 8 of the Act. Every registration statement, short form registration statement, supplemental statement, exhibit, amendment, copy of informational materials or other document or information filed with the Attorney General under this Act is a public record open to public examination, inspection and copying during the posted business hours of the Registration Unit in Washington, DC. Statements are also available online at the Registration Unit's webpage: <http://www.fara.gov>. One copy of every such document, other than informational materials, is automatically provided to the Secretary of State pursuant to Section 6(b) of the Act, and copies of any and all documents are routinely made available to other agencies, departments and Congress pursuant to Section 6(c) of the Act. The Attorney General also transmits a semi-annual report to Congress on the administration of the Act which lists the names of all agents registered under the Act and the foreign principals they represent. This report is available to the public in print and online at: <http://www.fara.gov>.

Public Reporting Burden. Public reporting burden for this collection of information is estimated to average .33 hours per response, including the time for reviewing instructions, searching existing data sources, gathering and maintaining the data needed, and completing and reviewing the collection of information. Send comments regarding this burden estimate or any other aspect of this collection of information, including suggestions for reducing this burden to Chief, Registration Unit, Counterespionage Section, National Security Division, U.S. Department of Justice, Washington, DC 20530; and to the Office of Information and Regulatory Affairs, Office of Management and Budget, Washington, DC 20503.

1. Name of Registrant

HL Group Partners LLC

2. Registration No.

6178

3. Name of Foreign Principal

National Moroccan Tourism Office

Check Appropriate Box:

4. ☒ The agreement between the registrant and the above-named foreign principal is a formal written contract. If this box is checked, attach a copy of the contract to this exhibit.
5. ☐ There is no formal written contract between the registrant and the foreign principal. The agreement with the above-named foreign principal has resulted from an exchange of correspondence. If this box is checked, attach a copy of all pertinent correspondence, including a copy of any initial proposal which has been adopted by reference in such correspondence.
6. ☐ The agreement or understanding between the registrant and the foreign principal is the result of neither a formal written contract nor an exchange of correspondence between the parties. If this box is checked, give a complete description below of the terms and conditions of the oral agreement or understanding, its duration, the fees and expenses, if any, to be received.
7. Describe fully the nature and method of performance of the above indicated agreement or understanding.
- See attached contract

8. Describe fully the activities the registrant engages in or proposes to engage in on behalf of the above foreign principal.

The design and execution of a public relations campaign in the American Market.

9. Will the activities on behalf of the above foreign principal include political activities as defined in Section 1(o) of the Act and in the footnote below? Yes ☐ No ☒

If yes, describe all such political activities indicating, among other things, the relations, interests or policies to be influenced together with the means to be employed to achieve this purpose.

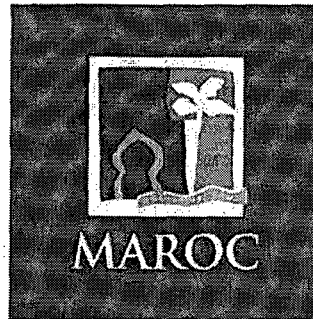
#### EXECUTION

In accordance with 28 U.S.C. § 1746, the undersigned swears or affirms under penalty of perjury that he/she has read the information set forth in this Exhibit B to the registration statement and that he/she is familiar with the contents thereof and that such contents are in their entirety true and accurate to the best of his/her knowledge and belief.

Date of Exhibit B	Name and Title	Signature
August 07, 2013	James Berman, CFO	/s/ James Berman eSigned

Footnote: Political activity as defined in Section 1(o) of the Act means any activity which the person engaging in believes will, or that the person intends to, in any way influence any agency or official of the Government of the United States or any section of the public within the United States with reference to formulating, adopting, or changing the domestic or foreign policies of the United States or with reference to the political or public interests, policies, or relations of a government of a foreign country or a foreign political party.

ROYAUME DU MAROC



OFFICE NATIONAL MAROCAIN DU TOURISME

---

RELATIF A :

**«CONCEPTION ET REALISATION D'UNE CAMPAGNE DE  
RELATIONS PUBLIQUES SUR LE MARCHÉ AMERICAIN AU TITRE  
DES ANNEES 2011-2012-2013»**

---

---

**Marché n° 11/005**

---

h 143



Marché n° 11/005 liant l'ONMT à l'Agence HI. GROUP

Page 1 sur 20

## MARCHE

N° 11/005

Résultant du concours n°DA/03/11, lancé le vendredi 11 février 2011 en vertu des dispositions des paragraphes 1 et 2 de l'article 19 et de l'article 60 du Règlement Modificatif n°1 du 27 juin 2007, modifiant et complétant celui du 06 rabii II 1425 (24 juin 2004), fixant les conditions et les formes de passation des marchés de l'Office National Marocain du Tourisme, ainsi que certaines dispositions relatives à leur contrôle et leur gestion.

RELATIF A LA

### CONCEPTION ET REALISATION D'UNE CAMPAGNE DE RELATIONS PUBLIQUES SUR LE MARCHE AMERICAIN AU TITRE DES ANNEES 2011-2012-2013

#### ENTRE LES SOUSSIGNES

L'OFFICE NATIONAL MAROCAIN DU TOURISME, sis angle rue Oued El Makhazine et rue Zallaga, BP.19, Agdal, Rabat, représenté par son Directeur Général, Monsieur ABDELHAMID ADDOU, ci-après dénommé « l'ONMT »,

*D'une part,*

*Et*

L'AGENCE "HL GROUP PARTNERS LLC", sise au 853 Broadway, 18th Floor, New York NY 10003 USA, représentée par Monsieur HAMILTON SOUTH en sa qualité de Founding Partner, dénommé ci-après « L'Agence »,

*D'AUTRE PART,*

IL A ETE ARRETE ET CONVENU CE QUI SUIT :

L AS



Marché n° 11/005 liant l'ONMT à l'Agence HL GROUP

Page 2 sur 20

## ARTICLE 1- OBJET DU MARCHÉ

Le présent marché cadre a pour objet la conception et la réalisation d'une campagne de relations publiques sur le marché américain pour les années 2011, 2012 et 2013.

Le Maître d'Ouvrage est l'Office National Marocain du Tourisme (ONMT).

## ARTICLE 2 - REFERENCES AUX TEXTES GENERAUX

Le présent marché cadre est établi en vertu des dispositions du Règlement Modificatif n°1 du 27 juin 2007, modifiant et complétant celui du 06 rabii II 1425 (24 juin 2004), approuvant les conditions et formes dans lesquelles sont passés les marchés de travaux, fournitures et de services pour le compte de l'Office National Marocain du Tourisme, ainsi que certaines dispositions relatives à leur contrôle et leur gestion.

Les prescriptions du présent marché ne peuvent en aucune manière déroger ou modifier les conditions et les formes prévues par le Règlement précité. Toute disposition contraire au Règlement précité est nulle et non avenue.

Les parties contractantes du marché sont soumises aux dispositions des textes suivants:

- Le décret n°2-01-2332 du 22 rabii I 1423 (04 juin 2002) approuvant le Cahier des Clauses Administratives Générales (CCAG) applicables aux marchés de services portant sur les prestations d'études et de maîtrise d'œuvre passé pour le compte de l'Etat (CCAG-EMO);
- L'arrêté n°2-3579 du 08 juillet 2005 portant organisation financière et comptable de l'ONMT ;
- Le Dahir n°1-03-195 du 16 ramadan 1424 (11 novembre 2003) portant promulgation de la loi 69-00 relative au contrôle financier de l'Etat sur les entreprises publiques et autres organismes ;
- La décision n°2167 du 6 mai 2005 émanant du Ministère des Finances et de la privatisation, portant le seuil de visa.
- Le dahir du 23 chaoual 1367 (28 août 1948) relatif au nantissement des marchés publics tel qu'il a été complété par les circulaires n° 796 SGP du 15 avril 1953 et n°3.3202 du 15 mars 1954.
- Les textes en vigueur relatifs à la réglementation fiscale au Maroc.

S'ajoutant aux textes susvisés, tous les textes législatifs et réglementaires en vigueur relatifs aux prestations à effectuer dans le cadre du présent marché.

L'Agence devra se procurer ces documents si elle ne les possède pas, elle ne pourra en aucun cas exciper de l'ignorance de ceux-ci et se dérober aux obligations qui y sont contenues.

## ARTICLE 3- PIECES CONSTITUTIVES DU MARCHÉ

Feront parties intégrantes du marché, les documents contractuels suivants :

- l'acte d'engagement par lequel l'Agence s'engage à réaliser les prestations demandées ;
- le cahier des prescriptions spéciales
- le programme de concours complété par l'offre technique ;

*h 43*



Marché n° 11/005 liant l'ONMT à l'Agence HL GROUP

- le règlement de consultation.
- la décomposition du montant global et le bordereau des prix et détails des prix des prestations demandées ;
- et le CCAG-EMO.

En cas de contradiction ou de différence entre les documents constitutifs du marché, ceux-ci prévalent dans l'ordre où ils sont énumérés ci-dessus.

#### **ARTICLE 4 : DESCRIPTIF DES PRESTATIONS**

##### **4.1 ORGANISATION DES RESSOURCES ET GESTION DE PROJET**

L'agence doit, conformément à son offre technique mettre à disposition, dans le cadre du présent marché, les effectifs nécessaires et suffisants pour assurer la gestion efficace des prestations pour les différents volets d'intervention (Relations Presse et Événementiel). Chaque volet doit être géré par une ressource responsable, interlocutrice de l'ONMT, qui sera en charge du suivi quotidien des travaux, du respect des timings, de l'application des validations, de l'exécution des travaux et de leur livraison.

Aussi, L'Agence doit présenter la structure opérationnelle globale, détailler l'ensemble des ressources humaines affectées à ce projet et ce, de façon définitive, ainsi que les process de travail qui doivent impérativement prendre en compte le volet reporting (suivi régulier et formel).

##### **4.2 DESCRIPTION DES PRESTATIONS**

###### **4.2.1 Travail de base :**

Le parti pris de l'ONMT est de mettre en place une politique de gestion de la relation client visant à fidéliser, à contribuer au recrutement des touristes et à améliorer leur expérience, en vue d'augmenter les arrivées touristiques ainsi que la durée moyenne de séjour. Conformément à son offre technique, l'agence doit développer la recommandation stratégique adaptée et assurer la réalisation des plans d'actions ainsi que la mise en place des outils, selon les orientations suivantes :

Pour la fidélisation :

- Mettre en place des programmes de fidélisation

Pour le recrutement :

- Développer des communautés de prescripteurs,
- Faire du bouche à oreille (C to C) un levier de conversion,
- Permettre un suivi de la conversion.

Pour l'implémentation opérationnelle :

- Traduire la stratégie en plans d'actions,
- Mettre en place les outils nécessaires à l'exécution des plans d'actions,

L 113



Marché n° 11/005 liant l'ONMT à l'Agence HI GROUP



- Proposer un processus de gestion des outils
- Proposer des modes de contrôle et d'évaluation du retour sur investissement (ROI)

#### 4.2.1.1 Communiqués de presse:

L'Agence doit faire l'ensemble des travaux de recherche concernant des thèmes sélectionnés en concertation avec l'ONMT New York. Ensuite, l'Agence doit écrire les communiqués, et veiller à leur diffusion. Ce travail se fera sur une base d'un communiqué par deux mois.

#### 4.2.1.2 E-newsletter

L'Agence doit éditer trimestriellement une e-newsletter sur des thèmes sélectionnés en concertation avec l'ONMT Rabat et New York, comprenant les travaux de recherche, de mise en page et de distribution.

#### 4.2.1.3 News bureau

L'Agence doit avoir un travail de support à l'ensemble des médias en mettant en place une cellule d'information qui alimente la presse en informations, en sujets d'intérêt, comprenant également l'alimentation en information concernant le programme de développement stratégique des différentes initiatives nationales dans le domaine du tourisme et autres sujets fournis par l'ONMT.

#### 4.2.1.4 Développement d'un dossier de presse.

L'Agence doit faire les recherches nécessaires, écrire et développer un dossier de presse. Ce dossier est destiné aux professionnels et au grand public, incluant des informations générales sur le Maroc, sur le tourisme de niches, ainsi que toute autre information fournie par l'ONMT. Le développement du dossier de presse se fera dès le premier trimestre, ensuite une mise à jour trimestrielle du fichier et des informations devra être programmée en concertation avec l'ONMT.

#### 4.2.1.5 Organisation de voyages de presse.

L'Agence doit organiser des voyages de presse pour mettre en avant les atouts touristiques du Maroc. L'Agence doit recruter les journalistes (6 journalistes par voyage), ainsi que de les accompagner au Maroc. Ces voyages de presse seront organisés pour les journaux grand public, les magazines, et les journaux professionnels. L'Agence doit organiser chaque année 6 voyages de presse pour 6 journalistes par groupe, ainsi que 20 journalistes individuellement. Le voyage sera organisé intégralement par l'Agence. L'ensemble des prestations sont à la charge de l'Agence (transport, séjour et hébergement ainsi que le programme du séjour et des visites). L'Agence devra faire valider par l'ONMT la liste des journalistes ainsi que le programme du voyage.

#### 4.2.1.6 Organisation de médias tours et d'interviews.

L'Agence doit organiser et assurer des interviews avec des journalistes appropriés pour le top management ONMT. Les noms, ainsi que les supports des journalistes devront être validés au préalable. Au total sur une année 10 interviews devront être réalisés.

#### 4.2.1.7 Analyse et rapport mensuel.

143



L'Agence doit développer un rapport mensuel reprenant le planning du mois n-1 avec les réalisations, le mois n, le planning de réalisation, les prochaines étapes, et les résultats.

Ce rapport comprend également les articles de presse sur la destination, résultants des actions de l'Agence ainsi que l'évaluation financière du retour sur investissement.

La troisième partie du rapport reprend les grandes lignes du programme et propose des recommandations.

#### **4.2.1.8 Clipping.**

Le service de clipping est mensuel. L'Agence doit prendre en charge la pige média Maroc en général mais également les différentes destinations touristiques du pays (Marrakech, Fès, Tanger, Casablanca, Essaouira et le sud, Ouarzazate) ; Elle inclut le calcul de l'équivalent en publicité, et devra être joint dans le rapport mensuel.

#### **4.2.1.9 Edition du dossier de presse**

L'Agence doit imprimer selon les besoins les dossiers de presse incluant CD gravés et slides show. Elle fournit également les pochettes des dossiers de presse. Ce travail fera l'objet d'une validation par l'ONMT.

#### **4.2.1.10 Gestion du compte ONMT**

Dans le cadre de son travail de base, l'Agence doit utiliser tous les moyens afin de garantir une bonne gestion du compte ONMT tels que le mailing, téléphone, gravure, duplication, fax, reproduction, ... etc.

L'Agence doit être force de proposition auprès des médias TV et presse pour la réalisation de reportages et documentaires thématiques autour du Maroc et de ses attraits et établir une base de données qualifiée des médias

### **4.2.2 Travail de développement.**

#### **4.2.2.1 Développement des relations avec la distribution :**

##### **4.2.2.1.1 Lancement du programme e-learning pour les agents de voyage :**

L'Agence doit assurer le lancement d'un programme de formation en ligne destiné aux agents de voyages américains. A noter que l'ONMT a déjà lancé un programme d'e-Learning, nommé les experts du Maroc, et qui cible les agents de voyages opérant dans les marchés européens prioritaires.

Ce programme consiste en la mise en ligne d'un site de formation composé de 15 modules. Chaque module est suivi d'un test de connaissance. L'inscrit ayant complété l'ensemble de la formation avec succès est considéré comme un agent de voyage diplômé et bénéficie d'un eductour au Maroc.

L'Agence doit alors inclure :

- o La conception d'un site internet B2B d'e-Learning. L'ONMT New-York mettra à la disposition de l'Agence les textes, visuels et fichiers natifs du site B2B en ligne conçu

143



pour le marché britannique. L'agence doit adapter et compléter les données mise à sa disposition pour concevoir le site américain.

- L'animation du site des experts avec les nouveautés des destinations, photos Eductours...
- Le lancement d'une campagne de communication pour inciter les agents de voyages à s'inscrire au programme de formation via la presse spécialisée écrite et on-line, le e-mailing et autres actions.

Le concurrent devra également :

- Assurer à l'ONMT/New York un suivi mensuel de l'évolution des inscriptions au programme, des inscriptions par module de formation et des agents de voyages diplômés.
- Faire le suivi des inscriptions des agents de voyages diplômés aux eductours. A noter que ces eductours sont inclus dans le point 2.
- Garantir un nombre d'inscrits au programme de formation au minimum de 1000 agents chaque année.

#### 4.2.2.1.2 Eductours :

L'agence doit définir un listing de participants potentiels qualifiés (Agents de voyages, Directeurs d'agences et Responsables Tours Opérateurs) pour les voyages de familiarisation et prospection au Maroc et le faire valider par l'ONMT New York. Elle doit garantir la participation aux eductours d'au moins **100 participants chaque année**. A noter que ce nombre inclue les diplômés du programme en ligne de e-Learning.

L'ONMT New York et Rabat communiqueront à l'Agence les programmes de séjour au Maroc avec les dates de tous les eductours dans des délais convenables, ce dernier devra assurer l'adhésion d'au moins 20 participants par eductour. L'agence est en charge de concevoir et envoyer les invitations puis faire les relances et le suivi des inscriptions. L'agence prendra en charge toute la gestion des prestations aériennes et terrestres liées aux eductours en termes de logistique et de financement. L'agence doit faire valider par l'ONMT la liste des participants ainsi que le programme du voyage.

#### 4.2.2.1.3 Démarchage des agences de voyage :

L'ONMT New-York communiquera à l'Agence les zones prioritaires ainsi que les périodes favorables qu'il faudra prendre en considération pour le démarchage des agences de voyages.

L'Agence doit proposer une liste d'agences de voyages à démarcher selon des critères fixés au préalable par la délégation. Cette liste devra être validée par l'ONMT.

**L'Agence doit garantir le démarchage de 600 agents par an.**

Dans le cadre du démarchage des agences, l'Agence doit réaliser les actions suivantes pour chacune d'entre elles :

- Former des démarcheurs capables de présenter le produit Maroc avec les nouveautés dans le secteur touristique, notamment la présentation du programme de formation les experts du Maroc. L'ONMT New-York devra tester et valider le choix des démarcheurs.

AS



- Elaborer un questionnaire qui sera présenté aux agences à démarcher. Le questionnaire permettra d'identifier les points faibles et les points forts liés à la destination Maroc, le taux de recommandation, les ventes réalisées sur le Maroc et sur les destinations concurrentes directes.
- Concevoir une présentation sur la destination Maroc sur la base des informations fournies au préalable par l'ONMT.
- Réaliser des visites d'une durée de 30 minutes chacune durant les quelles le démarcheur devra faire la présentation sur le Maroc, compléter le questionnaire et remettre la PLV et les brochures fournies par l'ONMT/New-York.
- Remettre un rapport final sur le démarchage avec toutes les analyses et illustrations graphiques des résultats notamment ceux ressorties des données recueillies via le questionnaire.

#### 4.2.2.1.4 Workshops :

L'Agence doit réaliser 2 Workshops chaque année en faveur de la profession touristique marocaine.

Les Workshop réuniront les professionnels marocains et américains pour une journée.

L'Agence aura pour mission de réaliser deux événements clés en main, le premier à New York et le deuxième dans une seconde ville des Etats Unis. La prestation doit inclure :

- Location et aménagement de l'espace en mettant en avant l'authenticité marocaine.
- Prévoir un desk pour chaque professionnel marocain.
- Cocktail dînatoire : gastronomie marocaine.
- Animation musicale marocaine.
- Elaboration de la liste des invités potentiels qui doit cibler les décideurs dans le secteur touristique américain, à savoir les tours opérateurs clés, les agents de voyages producteurs de packages, les réseaux de distribution indépendants et autres invités de marques. Cette liste doit être validée par l'ONMT/New York.
- Conception et envoi des invitations, les relances et le suivi des inscriptions pour la partie américaine. A noter que les invitations concernant la partie marocaine seront gérées par l'ONMT.

L'Agence doit garantir la participation d'au moins 100 professionnels américains par événement. Elle doit garantir également la participation de 2 à 3 journalistes américains pour assurer une couverture médiatique dans la presse spécialisée.

L'Agence doit fournir un planning d'exécution et diriger l'organisation :

- Sélection et négociation de l'endroit et des coûts et prise en charge;
- Gestion et suivi de l'ensemble de la logistique ;
- Développement de la liste des invités, envoi et suivi des confirmations ;

h 48



Marché n° 11/005 liant l'ONMT à l'Agence HL GROUP

- o Rapport final sur l'événement avec recommandations.

Tous les aspects liés à l'organisation du workshop devront cependant être validés par l'ONMT/

#### 4.2.2.1.5 Développement des opérations événementielles.

L'Agence doit réaliser des événements en faveur du grand public et des peuples chaque année dans la ville de New York et le cas échéant au Maroc.

##### 1. Evénements New York

Les événements de New York devront être organisés chaque année, autour de thématiques arrêtées avec l'ONMT à titre d'exemple:

En faveur de peuple et presse :

- **Gastronomie** : organiser une quinzaine gastronomique dans un grand hôtel de New York,
- **Haute couture** : défilé de stylistes marocains avec Défilés dans un grand hôtel. Ou lors d'une soirée de gala clôturant la quinzaine
- **Wellness** : Envisager une collaboration entre un hôtel spa marocain et un homologue New Yorkais avec la présentation à la clientèle des produits wellness marocains (utilisation des produits du terroir : savon noir, gommage traditionnel, henné, huiles essentielles...)
- **Exposition de peinture** : identifier des peintres marocains qui exposeront leurs œuvres dans une galerie
- **Golf** : Proposer à la RAM de parrainer un tournoi de golf au Maroc au profit de la presse spécialisée

En faveur du Grand Public :

- Proposer à une chaîne de supermarchés ou un grand magasin de présenter les produits du terroir : huile d'Argan, miel, Amlou...essences/ décoration de vitrines
- Artisanat marocain : inviter les nouveaux designers marocains à exposer leurs créations en vitrine d'un grand magasin / décoration de vitrine
- Dans les grandes places (animations marocaines de type Ahidous ou Gnawas, ou encore spectacle de danse regroupant des artistes des deux nationalités (type flamenco avec chekkara).

L'Agence doit proposer un plan d'action détaillé des événements à organiser sur une année avec un concept événementiel décrit au niveau de son offre technique qui retranscrit le positionnement ainsi que la diversité de l'offre Maroc et qui permettra de faire venir les cibles pressenties. Aussi, l'Agence doit offrir une expérience inoubliable aux participants. L'Agence doit cibler les médias, prescripteurs, leaders d'opinion, peuples de différents horizons (sportifs, artistes, monde des affaires, patrons et décideurs de compagnies aériennes...) et le grand public en général.

h 48



Marché n° 11/005 liant l'ONMT à l'Agence FIL GROUP

Afin d'assurer une couverture médiatique optimum des événements, l'agence doit s'assurer des retombées post-événements ainsi qu'un buzz avant l'événement. L'agence devra mettre en place l'ensemble des moyens humains, techniques et logistiques pour la conception, la réalisation et la gestion complète de ces événements axé sur :

- la définition d'un concept événementiel ;
- la déclinaison de ce concept dans tout le déroulement ;
- la mise en œuvre des moyens humains et techniques nécessaires à l'implémentation de la plateforme opérationnelle ;
- la prise en charge logistique et financière de l'ensemble des prestations
- Un reporting détaillé post événement avec DVD et photos à l'appui.

## 2. Événement délocalisé au Maroc

L'Agence doit inviter plusieurs stars et personnalités américaines (Cinéma, musique, mode, politique, etc.) à célébrer un événement au Maroc. Elle doit soumettre à l'ONMT pour accord une liste d'invités potentiels qui ont un positionnement en relation avec le segment cible pour le Maroc, à savoir : « sophisticated travelers ». Elle doit aussi soumettre à l'ONMT une liste de journalistes qui couvriront l'événement.

L'agence doit mettre en place l'ensemble des moyens humains, techniques et logistiques pour la conception, la réalisation et la gestion complète de ces événements axé sur :

- la définition d'un concept événementiel;
- la déclinaison de ce concept dans tout le déroulement ;
- la mise en œuvre des moyens humains et techniques nécessaires à l'implémentation de la plateforme opérationnelle;
- la prise en charge logistique et financière de l'ensemble des prestations
- Un reporting détaillé post événement avec DVD et photos à l'appui.

Partant des objectifs et du positionnement de la destination, l'agence, et conformément à son offre technique, doit adopter une approche conceptuelle et créative inédite, autour de laquelle les événements seront déclinées.

L'agence doit proposer un concept fédérateur, sa matérialisation en termes d'idées, d'identité visuelle et graphique, d'habillage, de décoration, d'ambiances, d'animations festives, et de façon générale, de tout élément d'immersion des participants dans l'univers du Maroc.

Pour la scénarisation du concept, l'agence doit mettre en avant les atouts et potentialités de la destination de manière générale, permettant ainsi de présenter une nouvelle image de la destination en accord avec son positionnement.

Autour des événements, l'agence doit:

- Concevoir les invitations ;
- Gérer l'envoi des invitations, les relances et le suivi des confirmations ;



- Encadrer les invités pendant l'événement ;
- Evaluer l'impact et les retombées médiatiques ;
- Remettre la revue de presse et la pige médias en 4 exemplaires (papier et support numérique), dans un délai maximal de deux mois à dater de chaque événement.

L'agence doit s'engager à garantir des retombées de presse significatives, concrètes et qualitatives. A l'occasion des événements, l'agence doit s'engager à assurer la présence d'au moins 2 chaînes TV, dont une au moins devant figurer parmi les 3 plus grandes chaînes généralistes du pays et la présence de supports de presse de domaines divers (grand public, tourisme, économie, people...) chaque soirée.

#### Dispositif de sponsoring et partenariat

L'agence doit procéder à la recherche de sponsors et partenaires avec lesquels des échanges marchandises pourraient être mis en place en contrepartie de visibilité de leur marque lors des événements. Ces partenariats doivent être en cohérence avec les objectifs des soirées et ne doivent en rien dénaturer leur caractère institutionnel.

L'agence doit communiquer la liste des partenariats qu'elle est à même d'assurer.

### **3. Présentation de la candidature du Maroc pour abriter des meetings annuels**

L'Agence doit présenter le Maroc aux organisations responsables du Mice aux Etats-Unis et celles telles que l'USTOA, l'ASTA, etc... comme destination potentielle offrant une infrastructure de qualité pour leur réunion annuelle. L'Agence doit préparer le dossier de la candidature Maroc en collaboration avec l'ONMT New York. Elle assistera l'ONMT pour la présentation du dossier aux intéressés. Si le Maroc est retenu pour l'une de ces conventions, le dossier sera transmis au Moroccan Convention Bureau et autre partenaire.

#### **4.2.2.1.6 Développement des opérations de communication.**

##### **1. Délocalisation de programmes télévisés**

L'Agence doit délocaliser au Maroc, chaque année, un programme télévisé de premier plan.

##### **2. Réseaux sociaux**

L'Agence doit organiser des campagnes sur les réseaux sociaux qui constituent un véritable levier e-marketing. Aujourd'hui les blogs, et les réseaux sociaux tels que Face book, Twitter, myspace, deviennent des canaux de communications incontournables et permettent de diffuser du contenu de qualité. L'approche et la présence Maroc sur les réseaux sociaux doit se faire en collaboration avec l'ONMT pour définir des contenus à diffuser. Bien évidemment, il faudra tenir compte de toutes les opportunités (comportement de la cible, habitudes de "lecture", discours et langage...) pour capitaliser sur les qualités du réseau social mais surtout veiller à un mode d'organisation « vivant » (jeux concours et autres).

#### **ARTICLE 5- FORME ET CARACTERE DES PRIX**

143



Le présent marché cadre est à prix mixte, arrêté sur la base de la décomposition du montant global des prestations demandées avec indication pour chacune d'elles du prix forfaitaire proposé par l'Agence et du bordereau des prix.

Dans la décomposition du montant global et du bordereau des prix et détails des prix, les prix seront donnés en indiquant les prix hors TVA en lettres et en chiffres pour les prix forfaitaires et unitaires ainsi que pour les totaux. Il y sera également indiqué le pourcentage de la TVA et sa valeur ainsi que le montant total toutes taxes comprises.

Cette décomposition du montant global et bordereau des prix et détail estimatif des prestations objet du marché qui sera présenté par l'Agence comportera les parties suivantes :

- Budget du plan d'actions proposé et décomposé selon les postes ;
- Rémunération de l'agence (honoraires d'agence).

Les prix du marché comprennent le bénéfice ainsi que tous les droits, impôts, taxes, frais généraux et, d'une façon générale toutes les dépenses qui sont la conséquence nécessaire et directe du travail.

Seul le montant des honoraires annuels et la commission sur les travaux externalisés sont à titre définitif les autres montants sont à titre indicatifs.

Ces prix sont fermes et non révisables.

#### ARTICLE 6 – REMUNERATION DE L'AGENCE

En rémunération de ses services, l'Agence facturera ses honoraires égaux à sa rémunération pour le Conseil, Coordination et Gestion du compte ONMT.

##### Pour l'exercice 2011 :

- Honoraires agences annuel HT : 1.635.543,00 DHS;
- Commission d'agence sur travaux externalisés : 0 %

##### Pour l'exercice 2012 :

- Honoraires agences annuel HT : 1.635.543,00 DHS;
- Commission d'agence sur travaux externalisés : 0%

##### Pour l'exercice 2013 :

- Honoraires agences annuel HT : 1.635.543,00 DHS;
- Commission d'agence sur travaux externalisés : 0%

Les frais d'expédition et de transport spéciaux autorisés par l'ONMT seront remboursés à l'Agence sans majoration de la commission, sur présentation des justificatifs qui seront précisés au moment de l'autorisation, en dehors des factures et des justificatifs de l'exécution de la campagne dont l'envoi au siège central reste à la charge de l'Agence.





Pour les travaux de réalisation technique, le choix du fournisseur extérieur sera établi à la suite d'un appel d'offres restreint, selon un cahier des charges précis rédigé par l'Agence. Trois fournisseurs seront consultés dont l'un sera désigné par l'ONMT. Le Lead Project de l'ONMT donnera son accord sur le choix du fournisseur et devra en aviser préalablement le Service Central.

La Réalisation des opérations hors Media sera facturée conformément aux devis préalablement acceptés.

Les travaux d'impression de brochures, de dépliants, d'affiches et de supports PLV feront l'objet d'un appel d'offres sur la base d'un cahier des charges proposé par l'Agence et approuvé par le Lead Project qui doit en aviser le service central de l'ONMT.

Les devis contradictoires pour les travaux effectués en dehors de l'Agence ne seront obligatoires que si le montant des devis dépasse les 10.000 € (Dix mille euros).

Une retenue à la source de 10% sera opérée sur la rémunération de l'Agence conformément à la réglementation fiscale en vigueur au Maroc.

#### **ARTICLE 7- DEFINITION DU MINIMUM ET DU MAXIMUM DU MONTANT DES PRESTATIONS**

Le montant des prestations susceptibles d'être commandées par l'ONMT, durant chaque exercice budgétaire, est compris entre un **minimum de trois millions (3 000 000)** de dirhams et un **maximum de quinze Millions (15 000 000)** de dirhams, toutes taxes comprises dans la limite des crédits de paiements disponibles.

#### **ARTICLE 8- DUREE DU MARCHÉ**

Le marché cadre sera conclu pour une durée d'une année renouvelable par tacite reconduction dans la limite de 3 (trois) ans et ce, à compter de la date de notification de l'ordre de service prescrivant le commencement des prestations. Il prendra fin au 31 décembre 2013.

#### **ARTICLE 9- SUIVI ET MODALITES DE RECEPTION DE LA CAMPAGNE**

Le lancement des travaux et prestations ne sera effectué qu'avec l'accord préalable de l'ONMT. Cet accord sera notifié à l'Agence par un ordre de service qui, fixant le budget alloué, habilitera cette dernière à engager le processus de réalisation des prestations.

L'Agence remettra à l'ONMT, pour approbation, les plans financiers et les plans d'actions annuels.

L'Agence ne notifiera les accords aux différents prestataires qu'après la notification écrite de l'ONMT sur les prix, conditions, dispositifs et formats ou tout autre élément d'appréciation.

Les Lead Project, désignés par le service central de l'ONMT à Rabat selon les chantiers relatifs à la mission, valide l'ensemble des travaux commandés par l'ONMT, sur la base d'un document imprimé qu'il signe en tant que bon d'exécution.

Ce document constitue le justificatif du lancement de l'exécution des travaux en question.

43



Les Lead Project établiront un procès verbal de réception pour chaque réalisation effectuée par l'Agence.

Par ailleurs, l'Agence devra fournir à l'ONMT les fichiers natifs et/ou les éléments technologiques de l'ensemble des travaux validés et réalisés.

L'Agence s'engage à travailler en étroite collaboration avec l'agence média mandatée par l'ONMT en coordonnant leurs différentes actions en vue d'assurer la réussite des campagnes de communication. L'Agence garde en totalité la responsabilité de l'exécution de la mission qui lui est assignée dans le présent contrat.

Toute décision devra faire l'objet d'un compte-rendu écrit de la part de l'Agence. Ces comptes-rendus engageront chacune des parties, sauf désaccord total ou partiel exprimé par l'ONMT dans un délai de 48 heures à compter de la date de réception du compte-rendu concerné.

Les instructions d'annulation de prestation(s) ou de travaux de l'ONMT devront parvenir par écrit à l'Agence dans des délais suffisants pour permettre à celle-ci de les transmettre aux prestataires ou fournisseurs et de préserver au mieux les intérêts de l'ONMT.

L'ONMT se réserve le droit de demander à l'Agence de modifier ou d'annuler une ou plusieurs actions lorsqu'il le juge utile et ce, dans le respect de la réglementation en vigueur.

Toute modification éventuelle dans l'exécution de la campagne de relations publiques ne pourra intervenir qu'après l'accord de l'ONMT et conformément à la réglementation en vigueur.

L'Agence remettra à l'ONMT en deux exemplaires, tous les supports, réalisations, ou prises de vue qui sont parues dans le cadre de la campagne.

Les prestations exécutées sont soumises à des vérifications destinées à constater qu'elles répondent aux stipulations du marché. Les Lead Project devront, pour la conformité aux clauses contractuelles de chaque prestation, établir un procès verbal de réception partiel et certifier chaque facture en y portant la mention « certifiée conforme aux clauses contractuelles ».

A travers ce procès verbal la commission soit :

- § Constate la conformité des prestations par rapport aux clauses contractuelles ;
- § Constate des incohérences, omissions, imperfections. Dans tels cas, l'Agence dispose d'une semaine pour y remédier, sans que cela coûte quoi que ce soit à l'ONMT. sinon, l'Agence ne sera pas payée pour toute prestation non-conforme aux clauses contractuelles. Dans le cas où l'Agence pour des raisons ne dépendant pas de sa volonté est dans l'obligation de changer les lieux ou prestations proposés, elle est tenue de remettre une offre égale ou équivalente à celle proposée et retenue initialement par l'ONMT. Dans le cas où la proposition de remplacement est autre, de qualité moindre et d'un impact jugé par le maître d'ouvrage inférieur, elle ne pourra être retenue et par conséquent non payée.

S'agissant des événements qui seront réalisés aux USA et au Maroc, l'Agence est tenue de livrer les lieux où se tiendront les événements au plus tard 72 heures avant la date de commencement desdites soirées.

h 143



La commission constituée du Directeur de la communication de l'ONMT et du représentant de la délégation de l'ONMT à New York, dispose de 24 heures pour procéder à la vérification et l'approbation de la livraison des lieux. Si la commission constate des imperfections ou anomalies, l'Agence dispose de 48 heures (avant le commencement de l'événement y afférent) pour y remédier, sans que cela ne coûte quoi que ce soit à l'ONMT, seule l'Agence en subira les conséquences. Sinon elle ne sera pas payée pour toute prestation non-conforme aux clauses contractuelles. A la fin de cette phase, une première réception partielle sera prononcée.

Les observations de ladite commission sont consignées dans un procès verbal dont copie sera transmise à l'Agence.

A la clôture de chaque événement, une deuxième réception partielle sera prononcée par la commission précitée. Elle fera l'objet d'un procès verbal signé par les membres de ladite commission.

A noter que la dernière réception partielle tient lieu de réception définitive de l'événement en question.

Dans tous les cas, à chaque réception, une copie du procès-verbal de réception établi par l'ONMT sera notifiée à l'Agence.

L'ONMT s'engage à :

- Désigner le Lead Project pour chaque chantier. Celui-ci assurera la définition des plans annuels, le suivi la coordination et la réception des différents travaux et actions ;
- Notifier à l'Agence son accord pour les plans financiers, les devis d'exécution et de production dans les délais communiqués par celles-ci et ce pour assurer le bon déroulement des prestations ;
- Communiquer à l'Agence, dès qu'il en aura connaissance, tout élément, événement, acte susceptible d'affecter la bonne exécution des travaux, de manière à ce que l'Agence puisse prendre toutes les mesures nécessaires en son pouvoir pour y remédier et en suivre l'application ;
- Coopérer activement avec l'équipe dédiée de l'Agence ;
- Fournir en temps utile et dans des délais compatibles avec la mission et autres obligations de l'Agence toutes les informations nécessaires à la bonne exécution.

Aussi, l'ONMT s'engage à respecter la législation en vigueur dans le pays concerné quant au contenu de ses messages publicitaires et garantit par ailleurs l'Agence contre toute demande, mise en demeure, réclamation, requête ou action d'un tiers, y compris en solidarité, au contenu de ses messages publicitaires.

L'Agence est et demeure propriétaire de tous les logiciels, outils d'évaluation et post-évaluation, d'analyse et de développement qu'Elle utilise. Cependant, en contrepartie de la rémunération versée par l'ONMT à celle-ci, l'Agence cède à l'ONMT la propriété de tout document, toute création, étude et analyse réalisés dans le cadre de chaque prestation.

Les documents ainsi que toute information de toute nature, appartenant à l'ONMT et mis à la disposition de l'Agence, sont et demeurent la propriété de l'ONMT et ne pourront être utilisés par l'Agence à d'autres fins que l'exécution des travaux et prestations.

h AB



Marché n° 11/005 liant l'ONMT à l'Agence HL GROUP

Page 15 sur 20

#### ARTICLE 10- MODALITES DE REGLEMENT

Le règlement des prestations réalisées conformément aux clauses contractuelles et dûment réceptionnées sera effectué dans les quarante cinq (45) jours à compter de la date de réception des factures correspondantes

L'Agence devra établir ses factures libellées en dollars de manière à faire ressortir clairement le détail des prix, dégressifs, bonifications, réductions, remises ou autres avantages et prix net. Les factures doivent être présentées en quatre (4) exemplaires, dûment datées, arrêtées, signées, précisant les références du marché y afférent et assorties d'une copie des procès verbaux de réception correspondants. Elles doivent être transmises pour règlement au siège de l'ONMT, à la charge de l'Agence, accompagnées le cas échéant des copies des factures des fournisseurs, du procès-verbal de réception, des supports et des justificatifs correspondants selon les modalités ci-après :

- En ce qui concerne les honoraires relatifs au conseil, à la coordination et à la gestion du compte ONMT, l'Agence établit une facture trimestrielle en trois exemplaires.
- Concernant les autres travaux et prestations, l'Agence établit une facture en trois exemplaires. Ces factures doivent être accompagnées des devis validés et certifiés conformes par les Lead Project.
- En ce qui concerne les frais de production externes, l'Agence établit une facture conforme en trois exemplaires. Cette facture devra être accompagnée le cas échéant des copies des factures fournisseurs de l'Agence, à titre de justificatif ainsi que du bon d'exécution dûment validé par le Lead Project
- Les factures Agence doivent être certifiées conformes avec mention « certifié conforme aux clauses contractuelles » par le Lead Project de l'ONMT. Cette formalité est dictée par la procédure du marché et ne signifie nullement l'accusé de réception desdites factures.
- L'ensemble des factures et justificatifs doit être adressé par l'Agence au siège de l'ONMT à Rabat pour règlement, les frais d'envoi étant à la charge de l'Agence.

Les factures relatives aux différents travaux et prestations réalisés par l'Agence seront accompagnées du procès verbal de réception correspondant.

L'ONMT notifiera à l'Agence l'acceptation ou le rejet des factures dans un délai maximum de 10 (dix) jours à compter de la date de réception par le siège de l'ONMT desdites factures.

Dans le cas d'une agence établie au Maroc, ces factures doivent rappeler outre l'identification fiscale, le n° de la patente et le n° du registre du commerce, l'intitulé exact à 24 chiffres du compte courant de l'Agence ainsi que les références et numéro du marché y afférent.

Les prestations facturées doivent correspondre à celles réalisées et commandées sur la base du devis validés préalablement par l'ONMT Rabat.

L 113



#### ARTICLE 11- DOMICILIATION DU PAIEMENT

Le paiement qui est prévu au marché cade sera effectué par l'ONMT par virement au compte bancaire ouvert au nom l'Agence à la **JP MORGAN CHASE** compte n° 304935492 à New York tel que précisé au niveau de l'acte d'engagement de l'Agence.

#### ARTICLE 12- CAUTIONNEMENT

Le montant du cautionnement définitif est fixé à 3% du montant minimum du marché, la caution bancaire doit être inconditionnelle et délivrée par une banque marocaine. Elle doit être constituée dans les trente (30) jours qui suivent la notification de l'approbation du marché, conformément à l'article 12 du CCAG-EMO.

Le cautionnement définitif reste affecté à la garantie des engagements contractuels de l'agence jusqu'à la réception définitive des prestations.

La main levée sur le cautionnement définitif sera prononcée conformément à la réglementation en vigueur.

#### ARTICLE 13- RETENUE DE GARANTIE

Une retenue de garanties de dix pour cent (10%) sera prélevée sur chaque décompte délivré à l'Agence. Cette retenue cesse de croître lorsqu'elle atteint sept pour cent (7%) du montant du marché augmenté, le cas échéant, du montant des avenants.

La retenue de garantie est acquise de plein droit à l'ONMT en cas de négligences ou autres manquements de l'Agence à ses obligations.

Cette retenue sera restituée à l'Agence après réception définitive de l'ensemble des prestations.

#### ARTICLE 14- PENALITES DE RETARD

A défaut de l'Agence de réaliser les prestations conformément aux délais impartis, il sera fait application d'une pénalité forfaitaire de neuf pour mille (9/1000) du montant du marché éventuellement modifié ou complété par les montants des avenants, par jour calendaire de retard.

Toutefois, le montant des pénalités qui seront appliquées ne devrait en aucun cas dépasser 10% du montant du marché augmenté, le cas échéant, de celui des avenants.

#### ARTICLE 15- SOUS-TRAITANCE

L'Agence peut confier l'exécution d'une partie du marché à un tiers. Elle choisit librement ses sous traitants sous réserve qu'elle notifie à l'ONMT la nature des prestations qu'elle envisage de sous traiter ainsi que l'identité, la raison ou la dénomination sociale et l'adresse du sous traitant. En aucun cas, la sous-traitance ne peut porter sur la totalité du marché.

12 H3



L'ONMT peut exercer un droit de récusation par lettre motivée dans un délai de quinze (15) jours à compter de l'accusé de réception, notamment lorsque les sous traitants ne remplissent pas les conditions prévues à l'article 25 du Règlement précité.

L'Agence demeure personnellement responsable de toutes les obligations résultant du marché tant envers l'ONMT que vis à vis des tiers.

L'ONMT ne se reconnaît aucun lien juridique avec les sous traitants.

#### ARTICLE 16- PROPRIETE

Le règlement par l'ONMT des travaux de conception et de création effectués par l'Agence implique la cession automatique à l'ONMT de tous les droits de reproduction, de représentation y compris d'adaptation des œuvres créées par elle, résultant de la propriété littéraire et artistique, tels qu'ils sont définis par la législation en vigueur de telle sorte que l'ONMT puisse, sans restriction, exploiter, adapter et reproduire les œuvres réalisées par l'Agence.

Les slogans, textes, maquettes, typons, films, programmes de CRM, éléments technologiques développés et/ou réalisés dans le cadre du présent marché deviennent la propriété exclusive de l'ONMT, dès que l'ONMT en aura réglé le montant, et doivent, à ce titre, lui être restitués sur sa demande.

La cession consentie ci-dessus ne recouvre pas les droits des tiers (droits d'auteurs, droits de la personnalité). Ces droits sont négociés par l'Agence en accord avec l'ONMT suivant les nécessités de la prestation et facturés à celui-ci conformément à la législation en vigueur.

Lorsque l'Agence fera appel, pour la création ou la réalisation de ses œuvres, à des tiers extérieurs à l'Agence (photographes, illustrateurs, mannequins, réalisateurs, créateurs, compositeurs, etc...), l'Agence négociera pour le compte de l'ONMT la cession totale des droits de propriété intellectuelle et artistique sans aucune restriction territoriale ou autre.

Ces droits comprennent l'autorisation, de la part des personnes physiques, d'utiliser leur image ou l'un des éléments de leur personnalité, ainsi que la cession des droits d'utilisation relevant du droit de la personnalité ou des droits voisins du droit d'auteur pour les prises de vues (films ou photographies), les dessins, les enregistrements sonores, l'image ou l'un des éléments de la personnalité (mannequin, artiste, interprète, etc.), définis précisément dans le temps, l'espace géographique et par média, conformément aux besoins de l'ONMT.

L'Agence précisera par écrit le montant et la limite des droits d'utilisateur transférés à l'ONMT (y compris les droits de la personnalité ou de l'image des personnes physiques) et les conditions dans lesquelles les droits d'usages complémentaires peuvent être éventuellement obtenus, ceci avant l'exécution des travaux.

L'ONMT aura l'entière propriété intellectuelle et industrielle de toutes les prestations réalisées dans le cadre de ce marché y compris les productions audio visuelles, photos, création, ainsi que tout autre document, sous toutes les formes y compris les formats électroniques.

#### ARTICLE 17- OBLIGATION ET RESPONSABILITE DE L'AGENCE

L He



L'Agence doit nécessairement exécuter toutes les prestations convenues et arrêtées d'un commun accord avec l'ONMT.

L'Agence s'engage à prendre toutes les dispositions nécessaires pour que les campagnes de relations publiques, qu'elle livre à l'ONMT, soient en parfaite conformité avec la réglementation en vigueur et ne puissent donner lieu à réclamation de la part de tiers, personnes physiques ou morales, notamment concernant les droits d'utilisation, d'exploitation, de représentation et d'adaptation.

#### ARTICLE 18- CONFIDENTIALITE

L'Agence s'engage à ne divulguer aucune information se rapportant aux travaux ou aux projets qui lui auront été confiés. Elle s'engage également à garder confidentielles les informations de toutes natures, commerciales ou financières, qui auront été mises à sa disposition par l'ONMT.

Au terme de l'expiration ou l'annulation du marché, l'Agence remettra à l'ONMT toutes informations confidentielles non préalablement transmises.

La condition de confidentialité survivra à l'expiration ou à l'annulation de ce marché.

#### ARTICLE 19- NANTISSEMENT

Dans l'éventualité d'une affectation en nantissement, il sera fait application des dispositions du dahir du 28 Août 1948 relatif au nantissement des marchés publics, étant précisé que :

1- La liquidation des sommes dues par l'ONMT, en exécution du marché qui résultera du présent marché sera opérée par M. le Directeur Général de l'ONMT ou par la personne ayant reçu délégation à cet effet.

2- Les paiements prévus au marché seront effectués par le Trésorier Payeur de l'ONMT, seul qualifié pour recevoir les significations des créanciers de l'Agence.

3- Les renseignements et les états prévus à l'article 7 du Dahir du 28 Août 1948, seront fournis par M. le Directeur Général de l'ONMT à l'Agence ainsi qu'au bénéficiaire éventuel des nantissemements ou subrogations.

4- En application de l'article 11 du CCAG-EMO, l'ONMT délivrera à la demande de l'Agence « un exemplaire unique » du marché. Les frais de timbre sont à la charge exclusive de l'Agence.

#### ARTICLE 20- FRAIS D'ENREGISTREMENT

Les frais d'enregistrement ou de timbres des trois (3) originaux du marché signés par les deux parties sont à la charge du titulaire du marché ainsi que tous les autres frais éventuels.

#### ARTICLE 21- RESILIATION

Les conditions de résiliation sont celles prévues par la réglementation en vigueur.

L 113



Marché n° 11/005 liant l'ONMT à l'Agence HL GROUP

**ARTICLE 22- LITIGES**

Les parties s'efforceront de régler à l'amiable les difficultés auxquelles pourrait donner lieu l'interprétation du marché dûment validé par elles.

Toutes contestations ou difficultés pouvant survenir entre les parties quant à l'interprétation ou l'exécution du marché seront soumises aux juridictions administratives de Rabat.

**ARTICLE 23- APPROBATION DU MARCHE**

Le marché ne sera valable et définitif qu'après son approbation par l'autorité compétente (Directeur Général de l'Office National Marocain du Tourisme) et ce, conformément à l'article 73 du règlement cité plus haut.

L'approbation du marché sera notifiée au concurrent dans un délai maximum de 90 jours à compter de la date fixée pour l'ouverture des plis, conformément à l'article 74 du Règlement précité.

**ARTICLE 24- VISA DU MARCHE**

Le marché n'est exécutoire qu'après visa préalable du Contrôleur d'Etat.

Fait en 3 exemplaires, à Rabat, le

**POUR L'ONMT**

**ABDELHAMID ADDOU**  
**DIRECTEUR GÉNÉRAL**

**ABDELHAMID ADDOU**  
Directeur Général de l'Office  
National Marocain du Tourisme

**POUR L'AGENCE**

**HAMILTON SOUTH**  
**FOUNDING PARTNER**

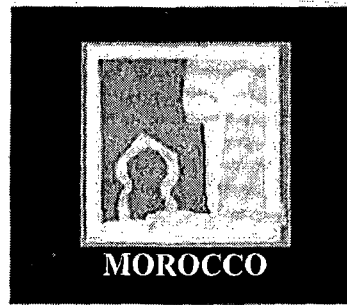


**MADAME LE CONTRÔLEUR D'ETAT DE L'ONMT**





**KINGDOM OF MOROCCO**



**OFFICE NATIONAL MAROCAIN DU TOURISME  
[MOROCCAN NATIONAL TOURIST OFFICE]**

---

RELATIVE TO

**“DESIGN AND EXECUTION OF A PUBLIC RELATIONS  
CAMPAIGN IN THE AMERICAN MARKET DURING  
THE YEARS 2011-2012-2013”**

---

---

**Contract No. 11/005**

---

[initials]

[logo]

MOROCCO

Contract No. 11/005 binding the ONMT with HL GROUP

Page 1 of 20

**CONTRACT**

No. 11/005

Resulting from call for bids no. DA/03/11, put out on Friday, February 11, 2011, pursuant to the provisions of Article 19 (1) and (2) and Article 60 of Amended Regulation No. 1 of June 27, 2007, amending and supplementing the Regulation of 06 Rabii II 1425 (June 24, 2004), establishing the terms and conditions and forms of signing of contracts with the Office National Marocain du Tourisme, as well as certain provisions relative to their monitoring and management.

RELATIVE TO THE

**DESIGN AND EXECUTION OF A PUBLIC RELATIONS  
CAMPAIGN IN THE AMERICAN MARKET DURING  
THE YEARS 2011-2012-2013**

***BY AND BETWEEN THE UNDERSIGNED***

The OFFICE NATIONAL MAROCAIN DU TOURISME, located at the corner of rue Oued El Makhazine and rue Zallaga, BP.19, Agdal, Rabat, represented by its General Manager, Mr. ABDELHAMID ADDOU, hereinafter called the "ONMT,"

*party of the first part,*

*and*

HL GROUP PARTNERS LLC, an agency, located at 853 Broadway, 18<sup>th</sup> Floor, New York, NY 10003, U.S.A., represented by Mr. HAMILTON SOUTH as Founding Partner, hereinafter called the "Agency,"

*party of the second part,*

**THE FOLLOWING HAS BEEN AGREED AND STIPULATED:**

[initials]

[logo]

Page 2 of 20

MOROCCO

Contract No. 11/005 binding the ONMT with HL GROUP

## ARTICLE 1 – SUBJECT OF THE CONTRACT

The subject of the within contract is the design and execution of a public relations campaign in the American market for the years 2011, 2012, and 2013.

The principal is the Office National Marocain du Tourisme (ONMT).

## ARTICLE 2 – REFERENCES TO GENERAL LAWS

The basic contract within is established by virtue of the provisions of Amending Regulation No. 1 of June 27, 2007, amending and supplementing the Regulation of 06 Rabii II 1425 (June 24, 2004), approving the terms and conditions and forms for the signing of contracts for projects, supplies, and services for account of the Office National Marocain du Tourisme, as well as certain provisions relative to their supervision and management.

The provisions of the within contract may not in any way derogate from or amend the terms and conditions and forms established in the aforementioned Regulations. Any provision contrary to the aforementioned Regulations is null and void.

The contracting parties to the contract are subject to the provisions of the following laws:

- Decree No. 2-01-2332 of 22 Rabii I 1423 (June 4, 2002) approving the General Administrative Specification (CCAG – *Cahier des Clauses Administratives Générales*) applicable to contracts for services covering studies and supervision signed for account of the State (CCAG-EMO);
- Decision No. 2-3579 of July 8, 2005 concerning the financial and accounting organization of the ONMT;
- Dahir No. 1-03-195 of 16 Ramadan 1424 (November 11, 2003), promulgating Law No. 69-00 relative to financial supervision by the State of public enterprises and other agencies;
- Decision No. 2167 of May 6, 2005 embodying the approval issued by the Ministry of Finance and Privatization;
- Dahir of 23 Chaoual 1367 (August 28, 1948) relative to pledging of public contracts, as supplemented by Circulars No. 796 SGP of April 15, 1953 and No. 3.3202 of March 15, 1954;
- Current laws pertaining to tax regulations in Morocco.

All legislative and regulatory provisions in effect with respect to the services to be performed pursuant to the within contract are in addition to the aforementioned laws.

The Agency must obtain these documents if it does not have them. It may not in any case invoke ignorance of these documents and evade the obligations established therein.

## ARTICLE 3 – DOCUMENTS CONSTITUTING THE CONTRACT

The following contractual documents constitute integral parts of the contract:

- Commitment in which the Agency undertakes to perform the services requested;
- Special specification;
- Bid package supplemented by the technical offer;

[initials]

[logo]  
MOROCCO

Page 3 of 20

Contract No. 11/005 binding the ONMT with HL GROUP

- Consultation regulations;
- Breakdown of total amount, price list, and details of prices for the services requested,
- And the CCAG-EMO.

In the event of contradiction or discrepancy between the documents constituting the contract, said documents shall take precedence in the order in which they are listed above.

## **ARTICLE 4: DESCRIPTION OF SERVICES**

### **4.1. ORGANIZATION OF RESOURCES AND PROJECT MANAGEMENT**

In conformity with its technical offer, within the framework of the within contract the Agency must furnish sufficient and necessary staff to ensure effective management of services for the various areas of activity (Press Relations and Events Planning). Each area must be managed by a responsible person who shall serve as contact person for the ONMT, and shall be in charge of everyday follow-up of work, compliance with scheduling, application of approvals, and performance and delivery of work.

The Agency must also present the overall operating structure, provide details of all human resources assigned to this project in final form, as well as the work process that must of necessity take into account the reporting activity (regular and formal monitoring).

### **4.2. DESCRIPTION OF SERVICES**

#### **4.2.1. Basic work:**

It is the purpose of the ONMT to establish a client relationship management policy aimed at creating client loyalty and contributing to recruitment of tourists and improving their experience, with a view to increasing the inflow of tourists and their average length of stay. In conformity with its technical offer, the Agency must develop an appropriate strategy recommendation and handle the execution of campaigns and the installation of tools, according to the following orientations;

Client loyalty:

- Set up programs to encourage client loyalty.

Recruitment:

- Develop communities of persons who influence consumer choices;
- Make word-of-mouth a tool of persuasion;
- Facilitate persuasion follow-up.

Operating implementation:

- Translate strategy into campaigns;
- Create the tools necessary for execution of the campaigns;

[initials]

[logo]  
MOROCCO

Page 4 of 20

Contract No. 11/005 binding the ONMT with HL GROUP

- Propose a process for managing the tools;
- Propose methods for monitoring and evaluating return on investment (ROI).

**4.2.1.1. Press releases:**

The Agency must perform all the research work on themes elected jointly with the ONMT New York. Thereafter, the Agency must write the press releases and ensure their dissemination. This work shall be performed on the basis of one press release every two months.

**4.2.1.2. E-newsletter**

The Agency must publish a quarterly e-newsletter on subjects selected jointly with ONMT Rabat and New York, including research, make-up, and distribution.

**4.2.1.3. News bureau**

The Agency must provide support for all media by setting up an information unit to supply the press with information and subjects of interest, including information pertaining to the program for strategic development of various national initiatives in the area of tourism and other subjects furnished by the ONMT.

**4.2.1.4. Development of a press packet**

The Agency must perform the necessary research, and write and develop a press packet designed for professionals and the general public, including general information on Morocco, niche tourism, and any other information furnished by the ONMT. Work on the development of the press packet will start in the first quarter, followed by a quarterly upgrade of the packet, and information must be scheduled jointly with the ONMT.

**4.2.1.5. Organization of press tours**

The Agency must organize press tours to promote the tourist attractions of Morocco. The Agency must recruit the journalists (six journalists per trip), and accompany them to Morocco. These press tours shall be organized for the major general newspapers, magazines, and trade publications. The Agency must organize six press tours per year for groups of six journalists, as well as 20 journalists individually. The tour in its entirety shall be organized by the Agency. All services shall be organized by the Agency. All services shall be arranged by the Agency (transportation, travel, and lodging, as well as the trips and tours schedule). The Agency must obtain approval from the ONMT for the list of the journalists and the tour schedule.

**4.2.1.6. Organization of media tours and interviews**

The Agency must organize and arrange interviews with journalists appropriate for ONMT top management. The names and media of the journalists must be approved in advance. Ten interviews must be held per year.

**4.2.1.7. Analysis and monthly report**

[initials]

[logo]

Page 5 of 20

MOROCCO

Contract No. 11/005 binding the ONMT with HL GROUP

The Agency must prepare a monthly report describing the plan for month n-1, with executions, month n, execution schedule, subsequent steps, and results.

This report also includes press articles on the destination, results of Agency campaigns, and financial evaluation of return on investment.

The third section of the report discusses the major aspects of the program and offers recommendations.

#### **4.2.1.8. Clipping service**

The clipping service is monthly. The Agency must take over the media tracking for Morocco in general and also for the various tourist attractions of the country: Marrakesh, Fez, Tangiers, Casablanca, Essaouira and the south, and Ouarzazate. It includes calculation of the equivalent in advertising, and must be included in the monthly report.

#### **4.2.1.9. Publication of the press packet**

Depending on need, the Agency must print the press packets, including recorded CDs and slide shows. The Agency shall also furnish the press packet holders. This work shall be approved by the ONMT.

#### **4.2.1.10. Management of ONMT account**

Within the framework of its basic work, the Agency must use all resources to ensure proper management of the ONMT account, including mailing, telephone, mastering, duplication, fax, reproduction, etc.

The Agency must propose articles and thematic documentaries about Morocco and its attractions to the TV and press media, and must establish a qualified media data base.

### **4.2.2. Development work**

#### **4.2.2.1. Development of relationships with distributors:**

##### **4.2.2.1.1. Launch of e-learning program for travel agents:**

The Agency must organize the launching of an on-line training program for U.S. travel agents. It should be noted that the ONMT has already launched an e-learning program and appointed the experts for Morocco, and is targeting travel agents operating in the priority European markets.

This program consists in a 15-module on-line training program, with a test following each module. A candidate who successfully completes all the training modules is considered a graduate travel agent and earns an Eductour in Morocco.

The Agency must also include:

- Design for a B2B Internet e-learning site. ONMT New York will provide the Agency with texts, visuals, and dedicated files for the on-line B2B site designed for the British market.

[initials]

[logo]  
MOROCCO

Page 6 of 20

Contract No. 11/005 binding the ONMT with HL GROUP

The Agency must adapt and supplement the data furnished to it for the designing of the U.S. site;

- Promotion of the experts' site with new information about designations, Eductour photos, etc.;
- Launch of a communications campaign to encourage travel agents to register for the training program via the print and on-line trade press, e-mails, and other actions.

The contributor must also:

- Provide ONMT/New York with monthly follow-up on the progress of registrations for the program, registrations by training module, and graduate travel agents;
- Monitor registrations by graduate travel agents for Eductours. It should be noted that these Eductours are included in point 2;
- Ensure a minimum of 1,000 registrants each year for the training program.

#### **4.2.2.1.2. Eductours:**

The Agency must establish a list of potential qualified participants (travel agents, agency managers, and tour operator managers) for familiarization and canvassing tours to Morocco, and have it approved by ONMT New York. The Agency must guarantee Eductour participation by at least **100 participants each year**. This number includes graduates of the e-Learning on-line program.

The ONMT New York and Rabat shall give the Agency the Morocco travel programs with the dates of all the Eductours within appropriate time frames. The Agency must obtain participation by at least 20 participants per Eductour. The Agency is in charge of designing and sending out the invitations, reminders, and follow-up of registrations. The Agency shall assume responsibility for the logistics and financing management of the airline and surface arrangements for the Eductours. The Agency must obtain ONMT approval of the list of participants and the travel schedule.

#### **4.2.2.1.3. Sales pitches to travel agencies:**

The ONMT New York shall inform the Agency of the priority areas and the favorable periods that must be taken into consideration for sales pitches to travel agencies.

The Agency must propose a list of travel agencies to be visited according to criteria fixed in advance by the office. This list must be approved by the ONMT.

**The Agency must guarantee sales visits to 600 agents per year.**

In connection with agency sales pitches, the Agency must perform the following actions for each agency:

- Train sales personnel capable of presenting the Morocco product with new developments in the tourism sector, in particular the presentation of the program for training experts on Morocco. The ONMT New York must test and approve the choice of personnel;

[initials]

[logo]

Page 7 of 20

MOROCCO

Contract No. 11/005 binding the ONMT with HL GROUP

- Prepare a questionnaire that will be presented to the agencies to be visited. The questionnaire will make it possible to identify the weak points and strong points of Morocco as a destination, rates of recommendation, and sales of Morocco and sales of directly competing destinations;
- Design a presentation on Morocco as a destination, based on information previously furnished by the ONMT;
- Make 30-minute visits during which the salesperson presents Morocco, completes the questionnaire, and supplies the POS advertising and the brochures provided by the ONMT New York;
- Submit a final report on the sales-pitch operation, with complete analyses and graphic illustrations of the results, in particular those resulting from data collected via the questionnaire.

#### **4.2.2.1.4. Workshops:**

The Agency must hold two workshops each year to promote the Moroccan tourist industry.

The Workshop shall be a one-day workshop attended by Moroccan and American professionals.

It shall be the task of the Agency to organize two turnkey events, the first in New York and the second in a second U.S. city. The presentation must include:

- Rental and outfitting of space, with emphasis on Moroccan authenticity;
- A desk for each Moroccan professional;
- Cocktail dinner: Moroccan gastronomy;
- Moroccan music presentation;
- Preparation of a list of potential guests to be targeted by decision-makers in the U.S. tourism industry, namely, key tour operators, travel agents that produce packages; independent distribution networks, and other brand-name guests. This list must be approved by the ONMT New York;
- Designing and dispatch of invitations and reminders, and follow-up of registrations for the U.S. party. Invitations for the Moroccan party shall be handled by the ONMT.

The Agency must guarantee attendance by at least 100 U.S. professionals per event. The Agency must also guarantee attendance by two or three U.S. journalists, to provide media coverage in the trade journals.

The Agency must furnish an execution schedule and must direct the organization:

- Selection and negotiation of the location, and costs and assumption;
- Management and supervision of all logistics;
- Preparation of the list of guests; dispatch and follow-up of confirmations;

[initials]

[logo]  
MOROCCO

Page 8 of 20

Contract No. 11/005 binding the ONMT with HL GROUP



- o Final report on the event, with recommendations.

However, all aspects of the organization of the workshop will have to be approved by the ONMT.

#### 4.2.2.1.5. Development of events operations

The Agency must hold events for the general public and celebrities each year in New York City, and, if appropriate, in Morocco.

##### 1. New York events

New York events must be organized each year around themes decided upon with the ONMT, including, for example:

For celebrities and the press:

- **Gastronomy**: Organize a two-week gastronomy event in a major New York hotel;
- **Haute couture**: Show by Moroccan stylists, with runway performances in a major hotel, or at a gala evening ending the two-week event;
- **Wellness**: Envisage a collaboration between a Moroccan hotel spa and a New York equivalent, with presentation to clientele of Moroccan wellness products (using local Moroccan products: black soap, traditional scrub, henna, essential oils, etc.);
- **Art exhibit**: Identify Moroccan painters who will exhibit their works in a gallery;
- **Golf**: Propose sponsorship by the RAM of a golf tournament in Morocco for the trade press.

For the general public:

- Propose that a supermarket chain or a department store offer local Moroccan products: Argan oil, honey, Amlou, etc., essences/window decorations;
- Moroccan arts and crafts: Invite new Moroccan designers to exhibit their creations in the show window of a department store/decoration of store window;
- In major locations, Moroccan Anidou and Gnawa music and dance groups using artists of both nationalities, genre Flamenco-Chekkara.

The Agency must propose a detailed plan of events to be organized in the course of a year, with an events concept described in its technical offer that translates the positioning and the diversity of what Morocco has to offer, and which will make it possible to attract the target clientele. The Agency must offer participants an unforgettable experience. The Agency must target media, molders of consumer behavior, opinion leaders, people from various sectors (sports figures, artists, business, airline heads and decision-makers, etc.), and the general public.

[initials]

[logo]

Page 9 of 20

MOROCCO

Contract No. 11/005 binding the ONMT with HL GROUP

To ensure optimum media coverage of events, the Agency must ensure post-event repercussions and pre-event buzz. The Agency must assemble all human, technical, and logistics resources for the design, execution, and complete management of these events organized around:

- The definition of an events concept;
- Versions of this concept throughout its development;
- Use of human and technical resources needed in order to implement the operating platform;
- Logistical and financial assumption of all services;
- Detailed post-event reporting with supporting photos and DVD.

## **2. Delocalized event in Morocco**

The Agency must invite various U.S. stars and celebrities (cinema, music, fashion, politics, etc.) to hold an event in Morocco. The Agency must submit to the ONMT for approval a list of potential guests that hold key positions in relation to the target segment for Morocco, namely, sophisticated travelers. The Agency must also submit to the ONMT a list of journalists who will cover the event.

The Agency must assemble the human, technical, and logistics resources for the design, execution, and complete management of these events organized around:

- The definition of an events concept;
- Versions of this concept throughout the development;
- Use of human and technical resources necessary in order to implement the operating platform;
- Logistical and financial assumption of all services;
- Detailed post-event report with supporting photos and DVD.

Based on these objectives and the positioning of the destination, and in conformity with its technical offer, the Agency must adopt an unusual conceptual and creative focal point for the designing of the events.

The Agency must offer a unifying concept and its embodiment in terms of ideas, visual and graphic identity, packaging, decoration, ambience, festive performances, and in general any element that immerses the participants in the world of Morocco.

To set the stage for the concept, the Agency must emphasize the attractions and potential of the destination in general, thereby making it possible to present a new image of the destination in accord with its positioning.

Using the events as a focal point, the Agency must:

- Design the invitations;
- Handle dispatch of the invitations, reminders, and follow-up of confirmations;

[initials]

[logo]  
MOROCCO

Page 10 of 20

Contract No. 11/005 binding the ONMT with HL GROUP

- Organize the guests during the event;
- Evaluate the impact and the media repercussions;
- Furnish a press review and media tracking in four copies (hard copy and digital support), within a maximum of two months after each event.

The Agency must undertake to ensure significant, concrete, qualitative press repercussions. At the time of the events, the Agency must undertake to ensure the presence of at least two TV channels, at least one of which must be among the three largest general channels in the country, and the presence of press from various sectors (general public, tourism, economy, people, etc.) at each evening event.

#### **Sponsoring and partnership mechanism**

The Agency must search for sponsors and partners with which exchanges of goods could be established in consideration for visibility of their brand at events. These partnerships must be consistent with the objectives of the evening events, and must not in any way distort their institutional nature.

The Agency must furnish a list of the partnerships that it is able to establish.

### **3. Presentation of Morocco as a possible site for annual meetings**

The Agency must present Morocco to organizations responsible for MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events) in the United States and to such organizations as the United States Tour Operators Association (USTOA), the American Society of Travel Agents (ASTA), and others, as a potential destination with a quality infrastructure for their annual meetings. The Agency must prepare a Morocco sales packet in collaboration with the ONMT New York. It shall assist the ONMT in presenting the packet to interested parties. If Morocco is selected for one of these conferences, the packet shall be transmitted to the Moroccan Convention Bureau and the other partner.

#### **4.2.2.1.6. Development of communications operations**

##### **1. Delocalization of television programs**

Each year the Agency must delocalize a top-level television program to Morocco.

##### **2. Social media networks**

The Agency must organize campaigns on the social media networks that constitute a genuine e-marketing tool. Blogs and the social media networks such as Facebook, Twitter, and myspace are now becoming indispensable communications channels that make it possible to disseminate quality content. The approach and the presence of Morocco on the social media networks must be done in collaboration with the ONMT to establish content for dissemination. Obviously all opportunities must be taken into consideration (behavior of the target, "reading" habits, speech and language, etc.) in order to capitalize on the qualities of the social media network. Above all, attention must be paid to a "living" mode of organization (competitive games and the like).

### **ARTICLE 5. FORM AND NATURE OF THE PRICES**

[initials]

[logo]  
MOROCCO

Page 11 of 20

Contract No. 11/005 binding the ONMT with HL GROUP

The within basic contract is a mixed-price contract determined on the basis of a breakdown of the total amount for the services requested, with indication for each service of the all-inclusive price proposed by the Agency and the price list.

In the breakdown of the total amount and the price list and price details, the prices indicated shall be prices before calculation of VAT, and shall be shown in words and numbers for the all-inclusive prices and unit prices as well as the totals. The VAT percentage and amount shall also be indicated, as well as the total amount including all taxes.

This breakdown of the total amount and price list and individual estimate for services covered by the contract that is to be presented by the Agency shall include the following sections:

- Budget for the campaigns proposed, broken down by item;
- Agency compensation (Agency fees).

The contract prices include profit as well as all fees, income and other taxes, overhead, and in general all expenses that are the necessary and direct consequence of the work.

Only the annual fees and the commission on outsourced projects are final; the other amounts are approximate.

These prices are firm and non-revisable.

#### **ARTICLE 6 – AGENCY COMPENSATION**

As compensation for its services, the Agency shall invoice its fees covering its compensation for consulting, coordination, and management of the ONMT account.

##### **For the 2011 business year:**

- Annual Agency fee before taxes: 1,635,543.00 Dirhams;
- Agency commission on outsourced projects: 0%

##### **For the 2012 business year:**

- Annual Agency fee before taxes: 1,635,543.00 Dirhams;
- Agency commission on outsourced projects: 0%

##### **For the 2013 business year:**

- Annual Agency fee before taxes: 1,635,543.00 Dirhams;
- Agency commission on outsourced projects: 0%

Special shipping and transportation expenses authorized by the ONMT shall be reimbursed to the Agency without an increase in commission, upon presentation of evidentiary documents to be specified at the time of authorization, in addition to invoices and proof of performance of the campaign, to be dispatched to the central office at the expense of the Agency.

For technical projects, an outside supplier shall be selected in a limited call for bids, according to a specification prepared by the Agency. Three suppliers, one of them designated by the ONMT, shall be consulted. The ONMT Lead Project [sic; probably "Project Leader"] shall approve the choice of supplier, and must inform the Central Office in advance.

Non-media operations shall be invoiced in conformity with estimates approved in advance.

Printing of brochures, fliers, and POS supports shall be the subject of a call for bids based on a specification proposed by the Agency and approved by the Lead Project, which must inform the central office of the ONMT.

Obtaining of competitive estimates for work done outside the Agency shall be obligatory only if the total amount of the estimates exceeds €10,000 (ten thousand euros).

A 10% withholding at source shall be applied to the Agency compensation in conformity with current tax regulations of Morocco.

#### **ARTICLE 7 – DEFINITION OF MINIMUM AND MAXIMUM TOTAL PRICE FOR SERVICES**

The total price for the services that are likely to be ordered by the ONMT during each budget year ranges between a **minimum of three million (3,000,000) dirhams** and a **maximum of fifteen million (15,000,000) dirhams**, all taxes included, within the limit of the available payment credits.

#### **ARTICLE 8 – TERM OF THE CONTRACT**

The basic contract shall be made for a term of one year, automatically renewable with a limit of 3 (three) years, effective from the date of notification of service order for commencement of services. It shall end on December 31, 2013.

#### **ARTICLE 9 – FOLLOW-UP AND ACCEPTANCE OF CAMPAIGN**

Work and services shall be started only after prior approval by the ONMT. The Agency shall be informed of this approval in the form of a service order that sets the budget allocated and authorizes the Agency to begin performance of the services.

The Agency shall present the financial plans and annual campaign plans to the ONMT for its approval.

The Agency shall inform the various suppliers of the agreements only after written notice from the ONMT concerning the prices, terms and conditions, arrangements, and formats, or any other evaluation factor.

The Lead Projects designated by the central office of the ONMT in Rabat for the project sites shall approve all work ordered by the ONMT on the basis of a printed document that it signs as a performance order.

This document constitutes the evidentiary document for commencement of performance of the work in question.

[initials]

[logo]  
MOROCCO

Page 13 of 20

Contract No. 11/005 binding the ONMT with HL GROUP

The Lead Projects shall prepare acceptance reports for each project executed by the Agency.

Additionally, the Agency must furnish to ONMT the original files and/or the technological elements for all projects approved and executed.

The Agency undertakes to collaborate closely with the media agency retained by ONMT, coordinating their various actions to ensure the success of the communications campaigns. The Agency shall have full responsibility for performance of the mission assigned to it in the within contract.

Any decision must be reported in writing by the Agency. These reports shall be binding on each party, unless the ONMT expresses complete or partial disagreement within 48 hours from the date of receipt of the report in question.

ONMT instructions to cancel services or work must be in writing and must reach the Agency within a time frame sufficient to allow the Agency to transmit them to the providers or suppliers and to protect the interest of the ONMT to the greatest extent possible.

The ONMT reserves the right to ask the Agency to modify or cancel one or more campaigns when it considers this useful, in compliance with current regulations.

Any potential change in the execution of the public relations campaign may be made only after approval by the ONMT and in conformity with current regulations.

The Agency shall give the ONMT two copies of all supports, creations, and photographs that have appeared in connection with the campaign.

Services performed are subject to verifications designed to confirm that they accord with the contract stipulations. For conformity with the contract clauses for each service, the Lead Projects must prepare a partial acceptance report and certify each invoice by noting, "*certifiée conforme aux clauses contractuelles*" [certified to be in conformity with the contract clauses].

In this report the committee:

- Either confirms conformity of the services with the contract clauses;
- Or notes inconsistencies, omissions, and defects. In such case the Agency has one week to remedy the problem, at no cost whatsoever to the ONMT. Otherwise, the Agency shall not be paid for any service that is not in conformity with the contract clauses. If for reasons not within its control the Agency must change the locations or services proposed, it must submit an offer equal or equivalent to the offer initially proposed and selected by the ONMT. If the substituted offer is different and of lower quality, and is judged by the principal to be inferior, it cannot be accepted and consequently cannot be paid for.

In the case of events that will be held in the U.S.A. and in Morocco, the Agency must deliver the premises where the events are to be held not later than 72 hours before the date of commencement of the said evening affairs.

[initials]

[logo]  
MOROCCO

Page 14 of 20

Contract No. 11/005 binding the ONMT with HL GROUP

A committee composed of the ONMT communications manager and the representative of the ONMT New York office shall have 24 hours within which to verify and accept the delivery of the premises. If the committee finds defects or anomalies, the Agency shall have 48 hours (before the commencement of the event in question) to remedy the same, at no cost whatsoever to the ONMT, and with the Agency alone bearing the consequences. Otherwise, the Agency shall not be paid for any service that is not in conformity with the contract clauses. At the end of this phase, an initial partial acceptance shall be pronounced.

The comments of said committee shall be embodied in a report, a copy of which shall be sent to the Agency.

At the end of each event, a second partial acceptance shall be pronounced by the aforementioned committee. It shall be embodied in a report signed by the committee members.

It should be noted that the last partial acceptance shall constitute final acceptance of the event in question.

In all cases, upon each acceptance a copy of the acceptance report prepared by the ONMT shall be sent to the Agency.

The ONMT undertakes to:

- Designate the Lead Project for each project. The Lead Project shall establish the annual plans, monitor coordination, and accept the various projects and actions;
- Inform the Agency of its approval of the financial plans and execution and production estimates within the time frames specified by them [sic; probably "it"], to ensure proper performance of the services;
- Inform the Agency as soon the ONMT learns of any factor, event, or act that could affect the proper performance of the work, so that the Agency can take all steps necessary and within its power to remedy the situation and monitor application;
- Cooperate actively with the assigned Agency team;
- Furnish within an appropriate time and within time frames compatible with the mission and other obligations of the Agency all information necessary for proper execution.

The ONMT also undertakes to comply with legislation in effect in the country concerned with respect to the content of its advertising messages. In addition, it shall hold the Agency harmless of any demand, notice of demand, claim, application, or action by a third party, including jointly and severally, concerning the content of its advertising messages.

The Agency is and shall remain the owner of all software programs and tools for evaluation, post-evaluation, analysis, and development that it uses. However, in consideration of the compensation paid by the ONMT to the Agency, the Agency shall transfer ownership of any document and any creation, study, or analysis carried out in connection with each service.

The documents, as well as any information of any kind, belonging to the ONMT and made available to the Agency, are and shall remain the property of ONMT and may not be used by the Agency for purposes other than the performance of the work and services.

[initials]

[logo]  
MOROCCO

Page 15 of 20

Contract No. 11/005 binding the ONMT with HL GROUP

## ARTICLE 10 – METHODS OF PAYMENT

Payment for the services performed in conformity with the contract clauses and duly accepted shall be made within forty-five (45) days from date of receipt of the pertinent invoices.

The Agency must submit its invoices denominated in dollars, in such manner that they show clearly the breakdown of prices, decreasing rates, allowances, reductions, discounts, or other benefits, and the net price. Invoices must be submitted in four (4) copies, duly dated, settled, and signed, with indication of the pertinent contract reference numbers. A copy of the pertinent acceptance reports must be attached. Invoices must be sent to ONMT headquarters for payment, at Agency expense, and if necessary must be accompanied by copies of suppliers' invoices, acceptance reports, supports, and evidentiary documentation, as described below:

- For fees pertaining to consulting, coordination, and management of the ONMT account, the Agency shall prepare a quarterly invoice, in triplicate; *it belongs any three months*
- For other work and services, the Agency shall prepare an invoice in triplicate. These invoices must be accompanied by estimates approved and certified by the Lead Project to be in conformity;
- For outside production fees, the Agency shall prepare an appropriate invoice in triplicate. This invoice must be accompanied, if necessary, by copies of Agency suppliers' invoices as evidentiary documentation, as well as a performance voucher duly approved by the Lead Project;
- Agency invoices must be certified to be in conformity, using the notation "*certifié conforme aux clauses contractuelles*" [certified to be in conformity with the contract clauses] apposed by the Lead Project of the ONMT. This formality is dictated by the contract procedure, and does not in any way signify acknowledgment of receipt of the invoices;
- All invoices and evidentiary documentation must be sent by the Agency, at Agency expense, to ONMT headquarters in Rabat for payment.

Invoices pertaining to the various projects and services performance by the Agency shall be accompanied by the pertinent acceptance report.

The ONMT shall inform the Agency of acceptance or rejection of invoices within a maximum of 10 (ten) days from the date of receipt of said invoices by the ONMT headquarters.

In the case of an agency established in Morocco, these invoices must also indicate the tax number, license number, and trade register number, the exact 24-digit checking account number of the Agency, and the pertinent contract number and contract references.

The services invoiced must accord with the services performed and ordered on the basis of the estimates previously approved by the ONMT Rabat.

[initials]

[logo]

Page 16 of 20

MOROCCO

Contract No. 11/005 binding the ONMT with HL GROUP



#### **ARTICLE 11 – DOMICILIATION OF PAYMENT**

The payment specified in the contract shall be paid by the ONMT by transfer to bank account No. **304935492** opened in the name of the Agency with **JP MORGAN CHASE**, in New York, as specified in the Agency undertaking.

#### **ARTICLE 12 – GUARANTY**

The final guaranty amount is fixed at 3% of the minimum total contract amount. The bank guarantee must be unconditional and must be issued by a Moroccan bank. It must be constituted within thirty (30) days following the notice of approval of the contract, in conformity with Article 12 of the CCAG-EMO.

The final guarantee shall continue to secure the contractual undertakings of the Agency until final acceptance of the services.

The cancellation of the final guarantee shall be pronounced in conformity with current regulations.

#### **ARTICLE 13 – GUARANTEE WITHHOLDING**

Ten percent (10%) shall be withheld from each balance paid to the Agency. Withholding shall cease when the amount withheld reaches seven percent (7%) of the total contract amount plus the amounts of the riders, if any.

The guarantee withheld shall automatically become the property of the ONMT in the event of negligence or failures by the Agency to meet its obligations.

This withholding shall be refunded to the Agency after final acceptance of all services.

#### **ARTICLE 14 – LATE PENALTIES**

If the Agency fails to perform the services within the time frames imposed, a lump-sum penalty of nine per one thousand (9/1,000) of the contract amount, as amended or supplemented by any riders, shall be applied per calendar day of default.

However, the total amount of the penalties to be applied may not in any case exceed 10% of the total amount of the contract plus any riders.

#### **ARTICLE 15 – SUB-CONTRACTING**

The Agency may retain a third party to perform a portion of the contract. The Agency shall freely choose its sub-contractors, provided that it informs the ONMT of the nature of the services that it is planning to sub-contract, as well as the identity, the name or firm style, and the address of the sub-contractor. In no case may the entire contract be sub-contracted.

The ONMT may exercise its right of challenge in a letter indicating grounds for the challenge, within fifteen (15) days from the acknowledgement of receipt, particularly when the sub-contractors do not meet the conditions specified in Article 25 of the aforementioned Regulations.

The Agency shall continue to be personally responsible to the ONMT and to third parties for all obligations arising out of the contract.

The ONMT does not acknowledge any juridical link with the sub-contractors.

#### **ARTICLE 16 – OWNERSHIP**

Payment by the ONMT for the design and creation work performed by the Agency shall lead to automatic transfer to the ONMT of all rights of reproduction and representation including adaptation of the works created by the agency, resulting from literary and artistic ownership, as defined by current legislation; and the ONMT may therefore, and without restriction, exploit, adapt, and reproduce the work done by the Agency.

Slogans, texts, models, stencils, films, CRM programs, and technological elements developed and/or realized in connection with the within contract shall become the property of the ONMT exclusively, as soon as the ONMT has made payment therefor, and must therefore be returned to it upon its request.

The foregoing assignment does not cover the rights of third parties (copyrights, personal rights). These rights are negotiated by the Agency in agreement with the ONMT depending on the necessities of the services, and are invoiced to the ONMT in conformity with current legislation.

When for the creation or realization of its projects the Agency calls upon third parties outside the Agency (photographers, illustrators, models, designers, creators, composers, etc.), the Agency shall negotiate for account of the ONMT the complete assignment of the intellectual and artistic property rights, without any territorial or other restriction.

These rights include authorization by individuals to use their picture or one of the elements of their personality, as well as the assignment of the rights of use arising out of personal rights or rights similar to copyright for photography (films or photographs), drawings, sound recordings, image, or one of the personal elements (model, artist, performer, etc.) specifically defined in time and geographical space and by medium, in conformity with the needs of the ONMT.

The Agency shall specify in writing the amount and the limit of the user rights transferred to the ONMT (including personal rights and rights to the pictures of individuals) and the terms and conditions on which additional use rights may potentially be obtained, before performance of the work.

The ONMT shall have full intellectual and industrial ownership of all services performed pursuant to this contract, including audio-visual productions, photos, and design, as well as any other document, in all forms, including electronic formats.

#### **ARTICLE 17 – OBLIGATION AND RESPONSIBILITY OF THE AGENCY**

[initials]

[logo]

Page 18 of 20

MOROCCO

Contract No. 11/005 binding the ONMT with HL GROUP

The Agency must perform all the services agreed and decided upon by mutual agreement with the ONMT.

The Agency undertakes to make all arrangements necessary to ensure that the public relations campaigns that it delivers to the ONMT are in full conformity with current legislation and cannot give rise to complaints by third parties, individuals, or legal entities, particularly with respect to the rights of use, exploitation, exhibition, and adaptation.

#### **ARTICLE 18 – CONFIDENTIALITY**

The Agency undertakes to refrain from disclosing any information pertaining to the work or projects entrusted to it. The Agency also undertakes to maintain the confidentiality of commercial or financial information of any kind that has been made available to it by the ONMT.

Upon expiration or cancellation of the contract, the Agency shall return to the ONMT all confidential information not previously returned.

The confidentiality requirement shall survive the expiration or cancellation of this contract.

#### **ARTICLE 19 – PLEDGE**

In the event of pledge, the provisions of the Dahir of August 28, 1948 relative to the pledging of public contracts shall be applied, with the understanding that:

1. Sums owed by the ONMT pursuant to the contract that shall result from the within contract shall be liquidated by the General Manager of the ONMT, or by the person designated for this purpose;
2. The payments specified in the contract shall be made by the Disbursements Treasurer of the ONMT, the only party qualified to receive notices from Agency creditors;
3. The information and the statements established in Article 7 of the Dahir of August 28, 1948 shall be furnished by the General Manager of the ONMT to the Agency, as well as to any beneficiary of pledges or subrogations;
4. In application of Article 11 of the CCAG-EMO, upon request the ONMT shall deliver to the Agency "a single copy" of the contract. The expenses of documentary tax stamps shall be paid by the Agency alone.

#### **ARTICLE 20 – RECORDING FEES**

Recording fees or documentary tax stamps for three (3) originals of the contract signed by the two parties, along with any other expenses, shall be the responsibility of the holder of the contract.

#### **ARTICLE 21 – CANCELLATION**

The terms and conditions of cancellation are those specified by current regulations

[initials]

[logo]  
MOROCCO

Page 19 of 20

Contract No. 11/005 binding the ONMT with HL GROUP

## **ARTICLE 22 – DISPUTES**

The parties shall make every effort to resolve amicably any difficulties that may arise from the interpretation of the contract duly approved by them.

Any disputes or difficulties that may arise between the parties concerning the interpretation or performance of the contract shall be submitted to the administrative courts of Rabat.

## **ARTICLE 23 – APPROVAL OF THE CONTRACT**

The contract shall be valid and binding only after it has been approved by the competent authority (the General Manager of the Moroccan National Tourist Office), in conformity with Article 73 of the regulations cited hereinabove.

The contributor shall be informed of approval of the contract within a maximum of 90 days from the date scheduled for opening of the envelopes, in conformity with Article 74 of the aforementioned regulations.

## **ARTICLE 24 – ENDORSEMENT OF THE CONTRACT**

The contract is enforceable only after prior endorsement by the State Comptroller.

Drawn up in 3 originals, in Rabat, on

**FOR THE ONMT**

**FOR THE AGENCY**

**ABDELHAMID ADDOU  
GENERAL MANAGER**

**HAMILTON SOUTH  
FOUNDING PARTNER**

[signature]

[stamp:]

ABDELHAMID ADDOU  
General Manager  
Moroccan National Tourist Office

**THE STATE COMPTROLLER OF THE ONMT**

[initials]

[logo]  
MOROCCO

Page 20 of 20

Contract No. 11/005 binding the ONMT with HL GROUP